

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang Akademik 2002/2003

Februari/Mac 2003

**JTW 241 - Prinsip Pemasaran**

Masa: 3 jam

---

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengundungi LIMA muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab EMPAT (4) soalan sahaja. SOALAN 1 adalah WAJIB dan TIGA (3) soalan lain. Rancangkan masa anda dengan teliti.

Tuliskan angka giliran anda di setiap kertas jawapan anda.

Baca arahan dengan teliti sebelum anda menjawab soalan ini.

Setiap soalan diperuntukkan 25 markah.

**SOALAN WAJIB**

1. Baca keratan akhbar di dalam Lampiran A dengan teliti. Jawab soalan-soalan berikut:

(i) Menurut TLG, Syarikat tersebut perlu memastikan peletakan jenamanya dalam pasaran bagi mengekalkan kesetiaan pelanggan. Selain dari itu syarikat berkenaan turut menyediakan produk berkualiti dan pada harga yang berpatutan. Strategi ini dijangka dapat membantu mereka di dalam menghadapi Perjanjian Perdagangan Bebas Asia (AFTA). Apakah anda bersetuju dengan strategi ini.

Bincangkan.

(15 markah)

(ii) Pada pendapat anda apakah faktor-faktor persekitaran pemasaran antarabangsa dapat membantu TLG dalam menembusi pasaran antarabangsa.

(10 markah)

**Jawab TIGA (3) soalan.**

2. Baca keratan akhbar di dalam Lampiran B dan jawab soalan berikut:

Bincangkan langkah-langkah dalam keputusan pengurusan saluran yang perlu diambilkira oleh Syarikat London Biscuits dan apakah anda bersetuju dengan kenyataan mempelbagaikan keluaran dapat meningkatkan keluaran? Huraikan pendapat anda.

(25 markah)

3. Apakah cara terbaik untuk sesebuah syarikat mendapat maklumat pemasaran bagi membantu meningkatkan keuntungan syarikat. Bincangkan.

(25 markah)

4. Apakah faktor-faktor yang perlu diambilkira oleh pengeluar sebelum menghapuskan keluaran mereka di pasaran? Mengapakah penghapusan keluaran in perlu?

(25 markah)

5. Bincangkan bagaimana campuran promosi dapat membantu Universiti Sains Malaysia memasarkan program-program pengajiannya dengan lebih berkesan.

(25 markah)

6. Mengapakah segmentasi/pemetaan pasaran penting kepada pemasar. Bincangkan pemetaan mengikut

(i) Ciri-ciri Demografi

(ii) Ciri-Ciri Psikografi

(25 markah)

7. Apakah yang anda faham tentang pemasaran dan bincangkan 3 kuasa-kuasa yang terlibat di dalam persekitaran makro sesebuah syarikat

(25 markah)

LAMPIRAN A

## TGL jangka sektor runcit pakaian kompetitif

KUALA LUMPUR 15 Nov.

— Teo Guan Lee Corporation Bhd. (TGL) menjangka sektor runcit pakaian menjadi lebih kompetitif di tahun-tahun akan datang terutama dengan peningkatan dalam liberalisasi perdagangan dan globalisasi.

Pengerusinya, Toh Peng Chooi berkata dengan Perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN (AFTA) yang berkuatkuasa pada 2003, banyak jenama antarabangsa akan menembusi pasaran dalam negeri, dengan demikian pengguna akan disogokkan dengan pelbagai jenama tersedia dalam pasaran.

Bagi mengekalkan kesetiaan pelanggan, kumpulan perlu memastikan peletakan jenamanya dalam pasaran, katanya, dalam penyata tahunan terbarunya kepada pemegang saham.

Kata Toh, tumpuan juga akan diberi untuk menyediakan produk berkualiti pada harga yang berpatutan.

Sepanjang tahun kewangan terakhirnya, pakaian kanak-kanak dan bahagian kasut terus menjadi penyumbang utama kepada perolehan dan keuntungan TGL. — Bernama

# London Biscuits rancang luaskan perniagaan

KUALA LUMPUR, 15 Nov— London Biscuits Bhd. merancang untuk memberi tumpuan kepada saluran pengeluaran yang baru, mempelbagaikan produk dan pertumbuhan di luar negara melalui pengembangan saluran sedia ada dan pengedaran dalam pasaran eksport yang baru, kata Pengerusi Eksekutifnya Datuk Liew Kuek Hin.

Syarikat berpangkalan di Johor Bahru yang disenarai awamkan pada Januari tahun ini kini mempunyai kedudukan ke-

wangan yang lebih kukuh untuk terus memperluaskan perniagaannya dan dapat mengakses pasaran modal bagi keperluan kewangan di masa depan.

Liew yang menguasai London Biscuits, berkata syarikat telah melancarkan pelbagai kek lapis dan swiss roll tahun ini.

Ini adalah konsisten dengan strategi syarikat untuk mempelbagaikan asas produknya, katanya, dalam kenyataan tahunan terbarunya kepada pemegang saham.

Bagi meningkatkan ke-

luasan kilang and saluran pengeluaran yang baru, syarikat baru-baru ini telah memeterai perjanjian untuk membeli tanah pegangan bebas di Johor Bahru dengan kilang perusahan ringan berkembar berharga RM4.8 juta.

Katanya, syarikat menjangkakan persekitaran operasi yang mencabar pada tahun semasa berikutan ketidak tentuan ekonomi dunia.

Bagaimanapun, London Biscuits optimistik dengan permintaan kukuh yang berterusan.

Perolehannya meningkat sebanyak 21.3 peratus kepada RM43.7 juta bagi tahun kewangan yang berakhir pada 30 Jun, 2002 disebabkan terutamanya oleh peningkatan dalam penjualan swiss roll dan kek lapis.

Tambahan pula keuntungan selepas cukai syarikat sebanyak RM8.7 juta adalah lebih tinggi daripada keuntungan yang diunjurkan sebanyak RM8.6 juta seperti yang dinyatakan dalam prospektusnya.— Bernama